

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
PÓS GRADUAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL
ANA FLAVIA WIRBISKI

PLANO DE NEGÓCIOS DREAMS BUFFET NA CIDADE DE CURITIBA

Projeto apresentado ao Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial do Departamento de Administração Geral e Aplicada da Universidade Federal do Paraná, como requisito ao título de Pós Graduada em Gestão Empresarial.

Orientador: Pedro Steiner

CURITIBA

2008

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	4
1.1 – APRESENTAÇÃO DO TEMA	4
1.2 – PROBLEMA	6
1.3 – OBJETIVOS	6
1.3.1 – Objetivo Geral	6
1.3.2 – Objetivos Específicos	6
1.3.3 – Justificativa	7
1.3.4 – Metodologia	7
CAPÍTULO II – FUNDAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA	8
2.1 – PLANO DE NEGÓCIOS	8
2.1.1 – Descrição da empresa	8
2.1.2 – Análise e Planejamento de Mercado	8
2.1.3 – Plano Operacional	10
2.1.3.1 – Layout	10
2.1.3.2 – Organização e estrutura	10
2.1.3.3 – Estrutura Pessoal	12
2.1.4 – Plano de Marketing	13
2.1.5 – Plano Financeiro	14
2.1.6 – Avaliação estratégica	15
CAPÍTULO III – PLANO DE NEGÓCIOS BUFFET DREAMS	17
3.1 - DEFINIÇÃO DA EMPRESA	17
3.2 – ANÁLISE DO AMBIENTE E PLANEJAMENTO DO MERCADO	18
3.3 – PLANO OPERACIONAL	21
3.3.1 – Layout	21
3.3.2 – Organização e estrutura	22
3.3.3 – Estrutura Pessoal	23
3.4 – Plano de Marketing	25
3.5 – Plano Financeiro	27
3.5.1 – Investimento Inicial (despesas pré-operacionais)	27
3.5.2 – Receitas	28
3.5.3 – Custos de Mão de obra	28
3.5.4 – Custos Fixos	28
3.5.5 – Custos Variáveis	29
3.5.6 – Demonstrativo de resultados	29
3.5.7 – Ponto de Equilíbrio	30
3.5.8 – Lucratividade	31
3.5.9 – Rentabilidade	31
3.5.10 – Retorno do investimento	31
3.6 – Avaliação estratégica	32
CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO	33
ANEXO 1 – PLANTA BAIXA	35
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1.1 – APRESENTAÇÃO DO TEMA

O mundo atual propõe inúmeras mudanças para todas as pessoas que nele habitam. No que se diz respeito aos empreendimentos, com o passar do tempo e com o avanço da tecnologia, a complexidade para se abrir qualquer negócio aumenta constantemente assim como as exigências para o sucesso. Antigamente, bastava você saber o ramo da atividade, ter o capital financeiro inicial, fazer algumas consultas e iniciar o negócio. Nos dias atuais, devido ao grande número de oferta de todos os variados tipos de prestação de serviço, quando existe a idéia de iniciar um empreendimento, o primeiro passo é fazer um plano de negócios para o mesmo, vendo se o capital investido vai ser retornado, qual será o prazo desse retorno, as exigências dos consumidores, a demanda e a oferta do serviço, a análise de mercado, dentre outros fatores.

Tendo em vista a importância dada ao planejamento, esse projeto consistirá em um plano de negócios com todas as etapas necessárias para a possível iniciação de um empreendimento. Um plano de negócios é um documento que contém os objetivos da empresa por escrito e a descrição de como atingir esses objetivos. É como um roteiro minucioso para evitar erros futuros na empresa. Quanto mais detalhes conter o plano de negócios menor será a chance de existirem erros. Ao final do plano de negócios será possível a realização de uma análise de viabilidade, ou seja, ele vai demonstrar se vale ou não a pena abrir o negócio.

O desejo de possuir um negócio próprio é algo que atinge grande parte da população, porém a escolha pelo ramo de atividade é dura. As pessoas querem fazer o que gostam e também conseguir uma renda que permita uma vida estável. Levando em consideração o crescimento no número de Buffet de Festas existentes e através de estudos na cidade de Curitiba, conclui-se que o segmento de eventos comemorativos está em grande expansão na atualidade. Isso se deve ao fato das pessoas buscarem com frequência esses serviços para aumentar as facilidades e a agilidade no dia do evento. Todos querem

somente chegar à festa e poder dar atenção aos seus convidados, com todos os detalhes já vistos anteriormente, sem se incomodar com nada.

Além disso, na atualidade o número de festas que são realizadas é muito maior que antigamente. Ninguém quer deixar passar em branco a data do aniversário, a comemoração de formaturas, de bodas, às confraternizações de empresas, as comemorações de final de ano, etc. Para essas comemorações, as pessoas buscam constantemente um espaço para a realização do evento, com a maior facilidade possível para que as metas colocadas sejam atingidas. O lugar deve ter uma boa apresentação, um espaço físico adequado para o número de convidados, um serviço de alimentação com alto padrão de qualidade, estacionamento, serviço de garçons, decoração, dentre outros. Alguns desses detalhes não precisam ser próprios do buffet, podem ser indicadas empresas terceirizadas que prestem serviços para o cliente e sejam parceiros do Buffet de Festas.

A importância do responsável pelo Buffet de Festas fica evidente, levando em consideração que uma data comemorativa é sempre muito importante e deve ser lembrada eternamente como algo bom para a pessoa que a realizou. É fundamental que o responsável tenha funcionários altamente capacitados e que esteja sempre tomando conta de tudo para atingir a perfeição na festa, qualquer erro pode ser fatal para o empreendimento. O responsável deve também ter bons contatos para prestarem serviços, já que eles também representarão a imagem da empresa frente aos clientes. Mais uma vez é citado o planejamento como algo crucial, tudo deve ser pensado e estudado cuidadosamente para ao final poder comemorar o sucesso.

No decorrer do trabalho serão tratados os seguintes aspectos: necessidades iniciais para a abertura de um empreendimento; estrutura do negócio com o devido detalhamento; investimentos que deverão ser realizados para o Buffet de Festas iniciar sua operação; planejamento de gastos e retorno; dentre outros fatores que estarão embutidos nos já citados anteriormente.

Ao final do projeto ficará provado através de dados se a hipótese é verdadeira, e se a tendência da realidade que mostra o Buffet de Festas como um empreendimento com alta demanda e grande lucratividade se comprova. É preciso analisar os fatos visando à abertura de algo lucrativo para o empreendedor.

1.2 – PROBLEMA

Sabendo das tendências atuais das famílias curitibanas que estão constantemente realizando festas e buscando espaços para isso, e após a realização de um plano de negócios, qual a possibilidade da abertura de um empreendimento no ramo de eventos (Buffet de Festas) ser algo lucrativo para o empreendedor?

1.3 – OBJETIVOS

1.3.1 – Objetivo Geral

Demonstrar através de um plano de negócios, a viabilidade técnica e econômica de se abrir uma estrutura para eventos (Buffet de Festas) de acordo com os padrões atuais da sociedade.

1.3.2 – Objetivos Específicos

- Elaborar um plano de negócios visando a abertura de um Buffet de Festas;
- Planejar a estrutura de montagem para a abertura do empreendimento, tomando o cuidado necessário com todos os detalhes que se façam necessários;
- Realizar um plano de marketing para o empreendimento;
- Analisar a viabilidade econômica do empreendimento após uma análise do plano de negócios, levando em consideração aspectos físicos, econômicos e mercadológicos;

1.3.3 – Justificativa

Levando em consideração a tendência natural da sociedade atual em realizar muitas festas e buscar um lugar apropriado para isso, foi escolhida a abertura de um empreendimento para a realização de eventos na cidade de Curitiba – PR.

1.3.4 – Metodologia

Para a realização do trabalho será necessário ver as questões que são envolvidas na elaboração de um plano de negócios. Os pontos principais são: a verificação da estrutura funcional do negócio, a elaboração de custos e a planificação dos funcionários. Tudo isso será feito através de um estudo detalhado do empreendimento.

CAPÍTULO II – FUNDAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

2.1 – PLANO DE NEGÓCIOS

2.1.1 – Descrição da empresa

O primeiro passo para a realização de um plano de negócios é o sumário executivo, ele vem para definir objetivos, metas e planejamento. Ele é a definição completa e bem elaborada de quem a empresa é, do que espera realizar, de que maneira e por quem. Ele deverá conter: o resumo dos principais pontos do plano de negócios, os dados dos empreendedores e atribuições, os dados do empreendimento, a missão da empresa e os setores de atividades.

Nessa primeira etapa você tem que definir:

- Quem? Quem é você?
- Por quê? Por quê você existiria?
- Qual lugar? Onde irá vender seu produto e serviço?
- Quando? Quando vai começar a vender?

Além da descrição da empresa um plano de negócios deve incluir a minuciosa descrição do produto ou serviço, de forma que as pessoas para qual ele vai ser destinado, entendam facilmente o linguajar utilizado e a mensagem que quer ser passada. Ela deve ser sucinta e definitiva, o importante é passar a mensagem que se deseja. A descrição deve abordar aspectos como: aspectos do produto ou serviço, público a qual ele vai se destinar, fatores tecnológicos envolvidos e pesquisa e desenvolvimento.

2.1.2 – Análise e Planejamento de Mercado

Uma análise e um planejamento completo de mercado são fundamentais para o início de um novo empreendimento. Antes de se tomar qualquer decisão deve existir uma pesquisa, análise e planejamento de mercado. Ela servirá

para a formulação de um plano de ações, que demonstrará se o produto ou serviço tem chance de sobreviver, de forma lucrativa e em um ambiente competitivo. Os clientes reais e potenciais serão identificados, assim como o mercado alvo do produto ou serviço.

Para efetuar a análise do mercado alguns questionamentos devem ser feitos como: de que maneira o seu produto vem atender a necessidade do mercado? Onde está o seu mercado? O seu produto satisfaz todas as necessidades do mercado? Enfim, a análise do produto ou serviço tem que ser realizada através de perguntas que demonstrem quais serão as atitudes tomadas e se o produto ou serviço vai ou não atender todas as exigências.

Primeiro deve ser realizada a análise da indústria, que apresente informações a respeito do tamanho, crescimento e estrutura do setor em que sua organização está inserida.

Depois, uma descrição do segmento de mercado que será definido através das principais características do serviço ou produto, do estilo de vida do consumidor (sexo, idade, renda, profissão, família e personalidade), localização geográfica, dentre outros fatores.

A concorrência deve ser levada a sério, o seu produto ou serviço não pode entrar em um mercado com muita concorrência e saturado, e também não pode ter pouca concorrência, já que isso pode causar rejeição do cliente. A concorrência deve existir na medida certa para o bom andamento do empreendimento.

Conhecer os recursos da concorrência também contribui na formulação de estratégias. É preciso pegar as boas experiências já realizadas pela concorrência e utilizá-las de uma forma ainda melhor em seu empreendimento. Conhecendo os pontos fracos e pontos fortes do produto ou serviços da concorrência é possível garantir a sobrevivência no mercado. Através disso é possível saber as exigências e especificações solicitadas e definir qual o valor que deverá ser atribuído ao seu produto ou serviço. O valor agregado deve ser compatível aos gastos que o empreendimento tem, e não deve estar muito fora do apresentado do mercado, para ser competitivo e não parecer de má qualidade.

Ao final da análise da concorrência algumas perguntas devem ser respondidas: sua empresa poderá competir com as outras que já estão há mais

tempo no ramo? O que fará com que as pessoas deixem de ir aos concorrentes para comprar de sua empresa? Há espaço para todos, incluindo você? A resposta dessas perguntas ajudará a planificar melhor o empreendimento e analisar quais são os pontos a se pensar mais a fundo.

Os fornecedores também devem ser incluídos nessa parte, eles compreenderão todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias primas e equipamentos utilizados para a comercialização do bem ou serviço.

2.1.3 – Plano Operacional

2.1.3.1 – Layout

Por meio do layout ou arranjo físico irá se definir a distribuição dos setores da empresa, dos recursos e das pessoas no espaço disponível. Um bom arranjo físico pode trazer benefícios como o aumento de produtividade, a diminuição do desperdício e do retrabalho, maior facilidade para os clientes e funcionários e facilidade para a comunicação entre os setores e as pessoas.

Esse arranjo físico é apresentado através de uma planta baixa que detalhe os espaços do buffet e como eles estarão distribuídos dentro do espaço oferecido.

2.1.3.2 – Organização e estrutura

Uma organização é um conjunto de pessoas que atuam juntas em uma criteriosa divisão de trabalho para alcançar um propósito comum. As organizações são um sistema cooperativo racional, onde as pessoas se dispõem a trabalhar racionalmente por um mesmo propósito contribuindo para atingir os objetivos e resultados esperados pela empresa. Essa lógica permite que os objetivos pessoais e grupais sejam unidos buscando algo único. Uma organização somente existe quando há pessoas capazes de se comunicarem e que estão dispostas a contribuir com ação conjunta a fim de alcançar um

objetivo comum. Há uma enorme variedade de organizações, elas podem estar voltadas tanto para a produção de bens ou produtos como para a produção e prestação de serviços.

Uma organização deve ser formada dos seguintes recursos:

- Recursos materiais: são os recursos necessários para as operações básicas da organização (prédios, edifícios, instalações, máquinas, equipamentos, matérias-primas, etc).
- Recursos financeiros: referem-se ao dinheiro sob a forma de capital (financiamento, investimentos, etc). Esse recurso garante os meios para a aquisição ou obtenção dos demais recursos necessários à organização.
- Recursos humanos: são as pessoas que ingressam, permanecem e participam da organização (diretores, donos, secretárias, etc). Os recursos humanos estão distribuídos nos níveis da organização.
- Recursos mercadológicos: constituem os meios através dos quais a organização localiza, entra em contato ou influencia os seus clientes ou usuários (organização de vendas, atividades de pesquisa e análise, etc).
- Recursos administrativos: constituem todos os meios através dos quais as atividades organizacionais são planejadas, organizadas, dirigidas e controladas.

Os parceiros da organização também são muito importantes, esses são os fornecedores e as empresas terceirizadas que participam da organização. O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços. Entre os parceiros e a organização tem que existir uma relação de reciprocidade, cada um tem que exercer o seu papel da melhor forma visando um retorno satisfatório para todos os membros.

Em algumas empresas em especial os fornecedores e parceiros são fundamentais, eles também contribuem na construção da imagem da empresa perante os clientes. Sendo assim, é importante que essa relação esteja muito clara pelas duas partes, para que nenhum venha a se decepcionar com a atitude do outro. As duas partes devem trabalhar juntas buscando o sucesso, afinal, o sucesso de um gera o conseqüente sucesso do outro.

2.1.3.3 – Estrutura Pessoal

O design organizacional da empresa é também um ponto muito importante, a organização bem sucedida deve atender as necessidades da empresa. A estrutura organizacional da empresa deve definir todas as funções e a forma com que elas se inter-relacionam. A empresa deve ter um organograma bem definido com a descrição de cargos, fazendo com que eles se relacionem e juntos formem algo unificado e buscando o mesmo objetivo. A gerência é fundamental, além de ela definir os outros cargos e as pessoas que irão ocupá-los, é um cargo de grande responsabilidade por estar à frente de todas as questões cotidianas da empresa.

A administração de recursos humanos tem se apresentado como uma ferramenta indispensável para o gerenciamento das organizações. Independentemente do porte, localização ou ramo de atuação as organizações têm se preocupado em manterem-se competitivas no mercado, que atualmente se caracteriza por ser turbulento extremamente competitivo e com alto fluxo de informações a todo o momento.

A Gestão de pessoas procura administrar os recursos humanos, fazendo com que elas se sintam parceiras do negócio, ganhando e aplicando conhecimentos e habilidades que garantam os resultados desejados.

O planejamento estratégico de recursos humanos refere-se ao modo como a função de RH pode contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais, integrando os vários procedimentos, políticas e objetivos de RH à própria estratégia geral da empresa.

As pessoas esperam algumas coisas fundamentais da organização, para que então possam exercer suas funções. São elas: um bom ambiente para trabalhar; reconhecimento e recompensas; oportunidade de crescimento; participação nas decisões; liberdade e autonomia; apoio e suporte; empregabilidade e ocupabilidade; camaradagem e coleguismo; divertimento; alegria e satisfação e qualidade de vida no trabalho. Sabendo da importância das pessoas no bom andamento da organização é imprescindível que os requisitos sejam atendidos, afinal assim as pessoas vão estar satisfeitas e desempenharão um bom papel.

O crescimento de uma empresa está determinado, principalmente, pelo comprometimento de todos os seus integrantes, por isso cada colaborador deve ser treinado e motivado para desempenhar suas funções. Além das características básicas que eles esperam da organização, é importante que eles estejam em constante aprendizado para se engajar ainda mais nos objetivos da empresa.

2.1.4 – Plano de Marketing

Nessa parte do plano de negócios você descreverá o serviço prestado e a forma pela qual o produto ou serviço será vendido. Então, irá abordar métodos de comercialização, diferenciais do produto ou serviço, política de preços, canais de distribuição e estratégias de promoção. Deve-se ter em mente os 4 Ps do marketing: Produto (posicionamento), Preço, Praça (canais de distribuição), propaganda e promoção.

Produto: refere-se à maneira como o consumidor percebe o seu produto ou serviço em relação à concorrência. Por isso, a descrição do produto e serviço deve ser feita de forma a posicioná-lo no mercado e causar uma imagem das políticas de posicionamento para os consumidores.

Preço: é o que o consumidor aceita pagar pelo serviço ou produto oferecido. É importante considerar os gastos com a produção do produto ou para a realização do serviço, colocando ainda a margem de lucro desejada.

Praça: diz respeito aos canais de distribuição, representa as diferentes maneiras pelas quais o produto ou serviço chegará até os clientes. A empresa pode adotar uma série de maneiras para realizar essa venda.

Propaganda e promoção: fazer propaganda significa enviar mensagens do seu produto ou serviço com o propósito de informar os consumidores. É toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes. Podem-se usar diferentes veículos de comunicação: televisão, rádio, Internet, mala direta, cartões, revistas, etc.

A localização é considerada também um importante meio para o marketing, esta intimamente relacionada com o ramo de atividade. Um bom

ponto comercial é aquele que gera um volume razoável de vendas. Deve haver um profundo estudo da melhor localização dependendo de qual será a atuação, muitas vezes somente com o consumo das redondezas já é possível sustentar o negócio de forma lucrativa. O marketing boca a boca é muito utilizado quando a empresa conquista os seus vizinhos, eles mesmos acabam espalhando para todas a existência do negócio e a qualidade que eles vêem.

2.1.5 – Plano Financeiro

O Plano financeiro deve apresentar na forma de números, todas as ações planejadas da empresa com a comprovação técnica do quanto será preciso em termos de investimento de capital para atingir as metas. É fundamental que ela contenha itens como: fluxo de caixa, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno, etc.

O plano financeiro irá detalhar os seguintes aspectos:

- Investimento inicial ou pré-operacional: deve conter a lista com os itens como instalações, suprimentos e equipamentos necessários para a implantação do negócio;
- Receitas: é a quantificação das vendas, colocam-se as vendas na forma de valor monetário;
- Custos e despesas: devem-se apontar todos os valores que serão necessários para a produção do produto ou serviço. Deverão ser levantados tanto os custos de produção como as despesas com administração, vendas, etc;
- Demonstrativo de resultados: é o instrumento que tem como objetivo demonstrar qual é o lucro líquido da empresa através da colocação de receitas, custos fixos e variáveis e também a dedução dos impostos do valor total.
- Ponto de equilíbrio: o cálculo do ponto de equilíbrio ajuda o empreendedor a encontrar qual o nível de vendas em que a receita será igual a todas as saídas de caixa da empresa. Permite verificar as vendas mínimas para que não haja prejuízo.

- Lucratividade: é um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos, pois está relacionado à competitividade. Quanto maior a lucratividade maior a capacidade da empresa de competir.
- Rentabilidade: é um indicador de atratividades dos negócios, mede o retorno do capital investido aos sócios.
- Prazo de retorno do investimento: assim como a rentabilidade também é um indicador de atratividade, indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere aquilo que investiu.

No que diz respeito aos custos, os seguintes aspectos devem ser colocados no papel através do orçamento:

- Custos de mão de obra: aspectos de mão de obra como salários, número total de horas a serem trabalhadas;
- Custos indiretos de mão de obra: os custos que não estão diretamente envolvidos no produto ou serviço, limpeza, vendas, financeiro, administrativo;
- Custos de fábrica: aluguel do local, serviços públicos, manutenção;
- Custos de equipamentos: cada departamento tem que ver quais são os equipamentos necessários e colocá-los em seu orçamento;
- Custos operacionais diários: estas despesas incluem telefone, Internet, papel, caneta, enfim, tudo aquilo que é usado diariamente na empresa;

Esses fatores vão permitir que o empreendedor tenha uma idéia de como será o seu negócio, se ele será ou não rentável. Por esse motivo, é fundamental que o plano financeiro se baseie em estratégias e seja o reflexo da realidade, não se pode partir de ilusões por que na prática a situação é diferente.

2.1.6 – Avaliação estratégica

A matriz F.O.F.A. é um instrumento de análise simples e valioso, ela tem como principal objetivo detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências. O significado da sigla F.O.F.A. é:

Forças

Oportunidades

Fraquezas

Ameaças

Através dessa análise é possível pensar nos aspectos favoráveis e desfavoráveis em cada aspecto do empreendimento.

CAPÍTULO III – PLANO DE NEGÓCIOS BUFFET DREAMS

3.1 - DEFINIÇÃO DA EMPRESA

O Dreams Buffet caracteriza seu negócio no mercado de buffet de festas, tem como objetivo captar clientes que desejem realizar eventos na cidade e busquem um local adequado para isso. Estará buscando como público alvo a parcela da população que já utiliza esse serviço e também aqueles que por ventura passem a utilizar e atualmente encontram dificuldades para encontrar um ambiente diferenciado com alto padrão de qualidade para realizar seu evento. Acompanhando a tendência do mercado o buffet deverá ser elaborado de forma a atingir o público A e B, esse é o público que busca com maior frequência esse tipo de serviço de alto custo.

Os empreendedores que estarão a frente do negócio serão Ana Flavia Wirbiski e Gilson Mozar Wirbiski. Para atingir os objetivos propostos, os proprietários elaborarão diferenciais de serviços, com um alto padrão de qualidade, ou seja, um alto investimento para atender de forma honrosa os seus clientes.

A missão define a razão de ser da organização, para que ela serve, qual justificativa de sua existência para sociedade, ou seja, qual função social exercida por ela. A missão tem que fazer sentido com todas as estratégias e planos adotados pela organização, traduzem o espírito, a ideologia. Portando cada missão é específica a cada empresa, sempre transparecendo suas intenções.

A missão do Dreams Buffet é proporcionar e promover aos consumidores o sucesso total de seu evento em todos os aspectos, em um ambiente acolhedor e diferenciado, com um excelente padrão de qualidade visando sempre resultados mais rentáveis ao negócio.

O empreendimento que será iniciado no início do ano de 2009 se trata de um local para a realização de eventos sociais. O Dreams Buffet contará com um salão de 527 metros quadrados, e terá capacidade aproximada para até 600 pessoas, podendo variar de acordo com a montagem escolhida para o evento.

A principal função do Dreams Buffet é atender ao público que deseja realizar seu evento em um local adequado para o mesmo. Esse evento do qual falamos pode ser: festas de aniversário, festas de formatura, comemorações de bodas, casamentos, confraternizações de final de ano, eventos empresariais, dentro outros.

As características que vão ser levadas em consideração para atender as necessidades da empresa e seu público alvo são: localização, estrutura com um tamanho adequado, investimentos na aparência criando um ambiente moderno e diferenciado, existência de estacionamento para os convidados, parte externa com boa apresentação, adequação as tendências do mercado, flexibilidade com os clientes, investimento em produtos e serviços de qualidade.

O Dreams Buffet buscará atender todas as exigências do público curitibano, que é um público altamente crítico e exigente quando se trata de algo tão importante como a realização de um evento, qualquer que seja o motivo dele.

3.2 – ANÁLISE DO AMBIENTE E PLANEJAMENTO DO MERCADO

O mercado de Buffet de Festas encontra-se em um período de alta na cidade de Curitiba, qualquer pessoa que deseje realizar um evento tem que se programar com no mínimo um a dois anos de antecedência para conseguir reservar o lugar específico que escolheu. Por isso, o Dreams Buffet tem motivos de sobra para abrir suas portas e ser uma ótima opção para os curitibanos que estão em busca de algo novo e qualificado.

Para analisar o ambiente em que o Dreams Buffet está inserido serão apresentadas as características de seus clientes. Os clientes do Buffet têm faixa etária média entre 20 a 50 anos, na maioria são mulheres que trabalham em alguma empresa ou que estejam buscando um local para realizar sua festa de casamento, a festa de 15 anos ou de formatura de seus filhos, as bodas de seus pais, etc. O salário dos clientes do buffet é em média R\$3000,00. A escolaridade é ensino fundamental e médio completos e os clientes habitam na

cidade de Curitiba. As pessoas que buscam os serviços de buffet de festas não o buscam com muita frequência durante a sua vida, é algo que gira em torno de cinco vezes durante toda a vida. Costumam procurar os serviços em guias de festas existentes e principalmente se baseiam na opinião de pessoas que já realizaram festas, perguntando e se informando com todos para definir o melhor lugar. O que as pessoas levam em consideração no momento da escolha é em primeiro lugar a qualidade do serviço, o atendimento e as facilidades, o preço é algo que não influi muito na decisão, mesmo sendo constantemente negociado. O mercado em que o Dreams Buffet irá atuar é a cidade de Curitiba em geral, os clientes ficarão conhecendo melhor o buffet através das festas de inauguração, do marketing que será realizado e dos contatos com os fornecedores que irão ajudar na divulgação inicial do buffet.

Depois de analisar as localidades onde a concorrência se encontra, e devido a um estudo da classe da população existente em cada bairro, tomando como base a existência de concorrência que é sucesso em localidades próximas, o local escolhido para a abertura do empreendimento é o bairro Água Verde. O bairro está em expansão e se localiza muito próximo de um dos bairros nobres de Curitiba (Batel). O bairro já tem um grande potencial comercial como restaurantes, lojas e bares. Sem dúvidas o Buffet de Festas estará em uma ótima localidade contribuindo assim para o crescimento do empreendimento e para atingir o público alvo desejado (classe média alta e classe alta).

Em Curitiba existem aproximadamente 14 empresas com o mesmo perfil do Dreams Buffet, ou seja, essas serão os concorrentes diretos do Buffet. Entre essas 14 estão computados os salões dos clubes, que também são muito utilizados para esse mesmo propósito (eventos sociais). O que se pode perceber é que a maior parte dos buffets tem uma estrutura e uma forma de trabalhar parecidas. Eles oferecem na maior parte apenas um fornecedor (o que eles trabalham) não dando flexibilidade para o cliente escolher aquilo que realmente quer. Isso acontece principalmente com a gastronomia do evento, os buffets exigem que o cliente utilize a gastronomia própria do buffet e para isso cobra preços altos. Esse será o principal diferencial do Dreams Buffet, o cliente terá total autonomia para escolher o que quiser e como quiser, nós apenas indicaremos os fornecedores parceiros.

Através da análise da concorrência ficam evidentes alguns pontos que o Dreams Buffet tem que possuir assim como os outros são eles: estacionamento próprio, estar localizado em um bairro nobre e de fácil acesso, ter flexibilidade quanto às montagens e aos eventos que oferece, ter como principal meta o requinte e a qualidade do serviço prestado, colocar o cliente em primeiro plano. Todas essas questões devem estar muito claras para a montagem do Buffet, para que além dos diferenciais que ele possui ele tenha também as características básicas que todos os outros já têm.

A propaganda e promoção é algo que colocará também o Dreams Buffet a frente dos outros, afinal a maior parte deles possui um site simplificado, que não contem todas as informações necessárias aos clientes. Sabendo que estamos na era da comunicação é fundamental que o site seja bem completo, com tudo aquilo que se faça necessário aos clientes.

Dentre os principais concorrentes estão: Buffet Ilha do Mehl, Buffet Nova Curitiba, Espaço Batel I e II, Buffet do Batel, Buffet Nuvem de Coco, Buffet Espaço Vip, Central Hall, Salões do Clube Curitibano, Paraná Clube e Santa Mônica.

Como a empresa será apenas responsável pelo aluguel do salão e ganhará comissão dos fornecedores, é fundamental que os fornecedores sejam empresas qualificadas e de confiança. Afinal, o Buffet fará uma indicação aos seus clientes e será o responsável caso haja não ocorra como o esperado. O buffet de festas vai possuir uma relação extensa de fornecedores, criando parcerias com eles e indicando a opção adequada para cada cliente. Os fornecedores irão oferecer os seguintes produtos e serviços: produtores de festas, cerimonial, convites, bufês, doces, bolos, bebidas, bartender, mobiliário, som e luz, flores e decorações, bandas, djs, adereços, foto e vídeo, vestuário e maquiagem. Para cada um desses itens o Dreams Buffet possuirá um leque de opções para seus clientes para que ele possa optar pelo que mais lhe convenha.

O buffet contará com uma pasta com o catálogo de todos, com imagens que possam demonstrar o trabalho de cada um, com a média de preço de cada fornecedor e com os contatos. A ligação do cliente com o fornecedor será intermediada pelo Dreams Buffet. Além disso, haverá um grande número de

revistas e materiais da cidade de Curitiba que demonstrem o trabalho de cada fornecedor.

3.3 – PLANO OPERACIONAL

3.3.1 – Layout

Especificações Técnicas

Capacidade máxima para coquetéis - 600 pessoas

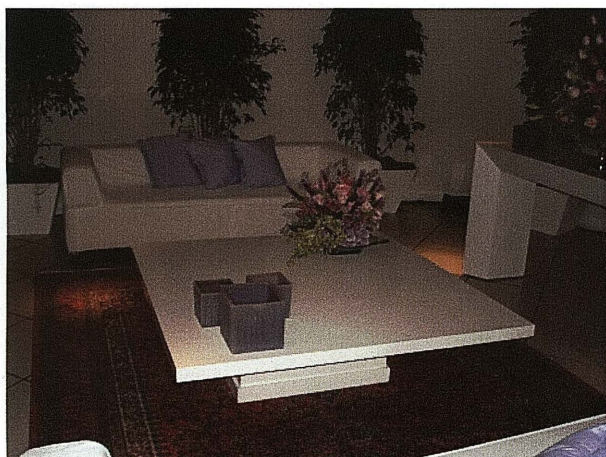
Capacidade máxima para jantares (mesas) - 350 pessoas

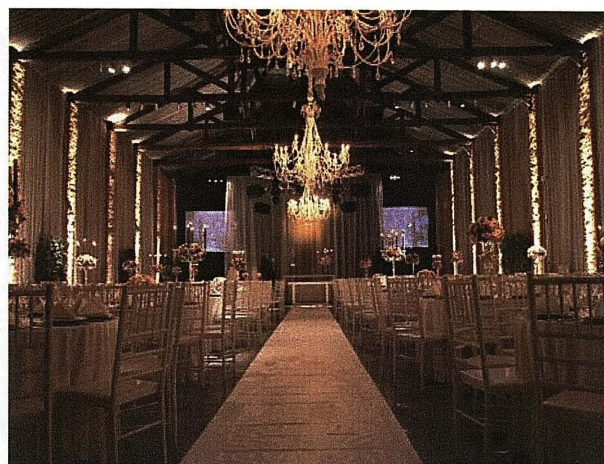
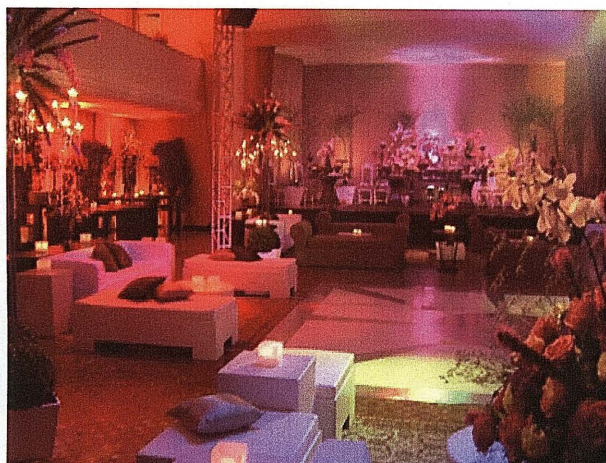
Pé direito - 5,7m

Espaço - 17x31m

Estacionamento - 150 carros

Ar condicionado central





3.3.2 – Organização e estrutura

O Dreams Buffet será uma organização sendo assim segue os recursos que ele apresentará:

- Recursos materiais: o buffet será implantado em uma casa já existente onde só será preciso uma reforma para então obter as características necessárias para ser um buffet de festas. Em relação aos equipamentos serão utilizados apenas alguns pequenos para a cozinha de apoio (já que a alimentação será terceirizada), equipamentos para o escritório e equipamentos que contribuam para a montagem das festas pelas empresas terceirizadas.
- Recursos financeiros: por meio de financiamento e de capital próprio será possível à realização da reforma na casa já existente e da compra dos materiais que serão utilizados para o início das operações do buffet de festas.
- Recursos humanos: além dos dois sócios que cuidarão da parte gerencial do Dreams Buffet teremos mais 5 funcionários, uma pessoa responsável pelas vendas e pelo marketing do buffet de festas, duas pessoas para atender as necessidades de agendamento das festas, de contato com as empresas e atendimentos iniciais com os responsáveis pelo evento e duas pessoas para atender o evento e estar presente no dia cuidando de todos os detalhes.

- Recursos mercadológicos: o funcionário responsável pela venda e pelo marketing do buffet de festas deverá estar em constante contato com revistas, jornais qualquer meio que seja possível para a divulgação do empreendimento.
- Recursos administrativos: a administração do empreendimento será cuidadosamente realizada pelos empreendedores e pelos funcionários através de uma montagem adequada de escritório com a tecnologia necessária para uma empresa como computadores com internet, fax, telefones, impressoras, scanner, câmera fotográfica, etc.

Os parceiros do Buffet de Festas serão fundamentais já que os seguintes serviços serão terceirizados: alimentos e bebidas, móveis e decoração, serviço de garçons, serviço de recepcionistas, foto e vídeo. Ou seja, o Dreams Buffet ganhará exclusivamente com a locação do local para a realização da festa e com o comissionamento das empresas terceirizadas.

3.3.3 – Estrutura Pessoal

Conforme citado anteriormente o Dreams Buffet no que diz respeito aos recursos humanos contará com os dois sócios do empreendimento e com cinco funcionários para atender os seus clientes. Os sócios além dos cargos referentes ao controle do Buffet de Festas também serão os responsáveis pelos outros funcionários, tendo também o cargo de gerenciar e atribuir funções aos funcionários.

A descrição dos cargos no buffet será dada da seguinte forma:

- Sócio: responsável pelas questões financeiras do buffet, ele que efetuará todos os pagamentos e irá receber do responsável pelo evento. É também o responsável pela negociação por preços, tanto por descontos com fornecedores como para fechamento do valor com os clientes.
- Sócia: é a responsável pelos funcionários (contratações, demissões, férias, etc), é também quem cuida das operações diárias do buffet, deve estar sempre acompanhando as tarefas que os funcionários estão executando e deve delegar funções a eles.
- Vendedor: é a pessoa que contribuirá para o conhecimento do maior número de clientes em relação ao buffet, deve estar em constante contato com os

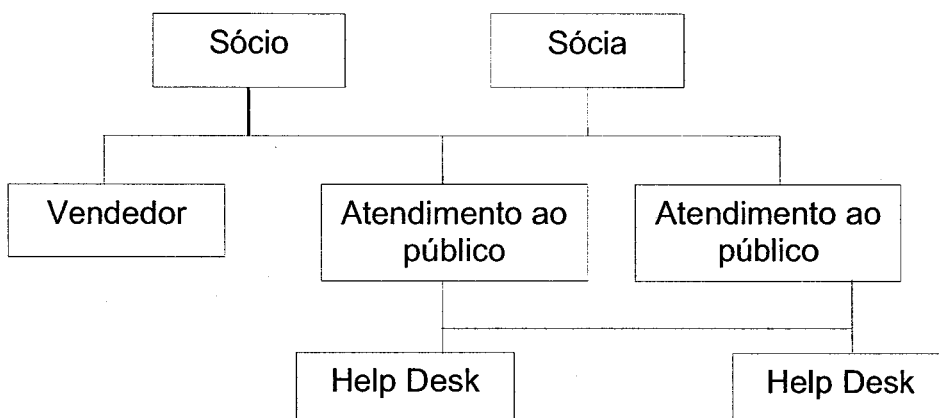
veículos de marketing controlando se tudo está correndo da maneira como o esperado. Deve contratar com a ajuda do sócio os serviços para o marketing do buffet como sites, revistas, jornais, etc. Além disso, é quem vai visitar empresas e pessoas que possam a ser clientes potenciais para o buffet de festas.

- Atendimento ao público: estarão sempre no escritório para atender os clientes pessoalmente ou através de e-mails, são as responsáveis pela elaboração de propostas com valores e com as opções para os clientes, devem mostrar aos clientes tudo aquilo que o buffet tem de qualidades para oferecer. São as responsáveis por ligar para o cliente quando estiver próximo do vencimento do dead line para saber se ele já tem alguma posição. Devem estar atualizando diariamente a agenda com os novos eventos.

- Help desk: essas pessoas além de ajudar com as pessoas de atendimento ao público no que for preciso, são as responsáveis por dar uma atenção especial ao cliente no dia do evento, receber os fornecedores e ajudá-los no que se fizer necessário e também verificar se o serviço dos terceirizados está de acordo com o padrão de qualidade do buffet.

Através desse quadro de funcionários, cada um com seu cargo específico e atribuições, o buffet atenderá seus clientes e fornecedores fazendo tudo com alto padrão e com muita dedicação.

O organograma da empresa será dado da seguinte forma:



Para a contratação as vagas serão anunciadas em jornal e também os contatos dos sócios serão consultados para que eles saibam se não há alguém conhecido que tenha interesse. Nesse momento, é fundamental que as

peessoas conhecidas também saibam do interesse podendo assim contribuir com pessoas já influentes no meio.

Os funcionários serão contratados antes mesmo do início das operações do Buffet. Eles contribuirão com opiniões nos preparativos e no projeto, isso fará com que eles se sintam parte do negócio e fiquem ainda mais animados. Para que esses funcionários estejam hábeis para atender o público do Buffet de Festas será realizado um treinamento inicial onde serão apresentadas as descrições de cada cargo, os detalhes do funcionamento do buffet, os horários a serem cumpridos, as metas e os objetivos traçados. Os funcionários poderão nesse treinamento expressar opiniões e dar sugestões para mudanças que forem necessárias.

Depois disso, o primeiro evento de grande importância será a inauguração do Buffet de Festas, onde o cliente principal são os próprios sócios e funcionários. Esse evento será todo planejado por eles, as questões serão votadas por todos, já que a festa deve ser feita com a contribuição de cada um. Esse será o primeiro teste, que sem duvidas unirá os funcionários já que eles estarão lutando por uma causa comum.

Com o passar do tempo, devem ser realizados treinamentos motivacionais, é importante que os funcionários sejam constantemente treinados novamente fazendo assim com o que foi aprendido não se esqueça jamais. Os sócios devem ter a plena consciência que o Buffet de Festas só será um sucesso total se as pessoas que estarão a frente deles atendendo ao publico estejam satisfeitas e saibam como fazer um bom trabalho.

3.4 – Plano de Marketing

Produto: o produto a ser oferecido será um espaço destinado para festas e eventos. Esse espaço será algo requintado e diferenciado, onde o cliente vai poder realizar a sua festa de uma maneira adequada para atender o seu público. Além disso, o cliente terá total possibilidade para adequar sua festa ao que ele necessita devido à existência de fornecedores de serviços de todos os estilos e para todos os serviços e produtos necessários, como alimentação, decoração, garçons, manobristas, sonorização, aparelhagem, etc. Cada

pessoa terá a indicação dos prestadores de serviços parceiros do Buffet de Festas Dreams, porém isso não impede que a pessoa traga o seu próprio contato para prestar serviço na festa.

Preço: de acordo com uma análise nos valores da concorrência, e levando em consideração que a maior parte dos concorrentes possui uma estrutura diferente da que o Dreams Buffet vai possuir, onde a maior parte dos serviços vai ser realizado por empresas parceiras terceirizadas e elas vão oferecer comissão em cima das vendas, o valor para o aluguel do salão ficou em R\$1.700,00. Esse valor está dentro do que os clientes pagam em média para os concorrentes com a mesma estrutura e características do Dreams Buffet.

Praça: a maneira principal pela qual o Buffet de Festa Dreams terá o conhecimento do público ao qual se destina é através do vendedor contratado e também dos sócios que estarão constantemente em busca do maior número de clientes potenciais. Eles também serão os responsáveis por entregar os materiais de divulgação nos locais adequados. Farão a ligação entre os clientes e empresas e o Buffet de Festas.

Propaganda e promoção: o Buffet de Festas Dreams possuirá um site na Internet contendo todas as informações que os clientes necessitam, evitando assim que eles tenham que ir até o Buffet ou tenham que ligar. Haverá também um atendimento online no site e uma maneira de enviar e-mail para o atendimento ao público caso algo não esteja claro no site ou caso queira um orçamento mais detalhado. A empresa também utilizará mala direta para os clientes estarem por dentro das novidades do buffet, das datas que ainda estão vagas e outras promoções realizadas. Folhetos, catálogos e cartões de visitas estarão disponíveis no Buffet de Festas e também serão entregues para os clientes. O Dreams Buffet de Festas estará inserido nas feiras realizadas nesse setor (por exemplo, o salão da noiva) e nas revistas já existentes que divulgam toda a concorrência e os fornecedores. Isso fará com que seja fácil para os clientes encontrarem o Dreams em qualquer lugar que procurem captando novos clientes. Será realizado um coquetel de inauguração para as pessoas que trabalham no ramo, sonorização, promotores de eventos, salgadeiros, doceiros, locadores de equipamentos, muitas pessoas da vizinhança que sejam julgados como formadores de opinião.

3.5 – Plano Financeiro

3.5.1 – Investimento Inicial (despesas pré-operacionais)

	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesas funcionários	5	R\$180,00	R\$900,00
2	Cadeiras funcionários	5	R\$90,00	R\$450,00
3	Computadores	5	R\$900,00	R\$4.500,00
4	Telefones	5	R\$20,00	R\$100,00
5	Armários	3	R\$120,00	R\$360,00
6	Impressora	2	R\$500,00	R\$1.000,00
7	Materiais de Escritório	1	R\$500,00	R\$500,00
8	Uniformes	4	R\$130,00	R\$460,00
9	Obras e reforma	1	R\$23.500,00	R\$23.500,00
10	Móveis cozinha/utencílios	1	R\$3.500,00	R\$3.500,00
11	Forno Industrial	1	R\$650,00	R\$650,00
12	Microondas	1	R\$350,00	R\$350,00
13	Geladeira	1	R\$1.200,00	R\$1.200,00
14	Freezer	1	R\$1.500,00	R\$1.500,00
15	Fogão	1	R\$600,00	R\$600,00
16	Fritadeira	1	R\$400,00	R\$400,00
17	Divulgação	1000	R\$0,50	R\$500,00
18	Despesas legalização	1	R\$600,00	R\$600,00
19	Coquetel inauguração	350	R\$35,00	R\$12.250,00
20	Ar condicionado		R\$20.000,00	R\$20.000,00
21	Programação visual		R\$3.500,00	R\$3.500,00
TOTAL				R\$76.820,00

3.5.2 – Receitas

Produto / Serviço	Quantidade (Estimativa de vendas)	Preço de venda unitário (R\$)	Faturamento total (R\$)
Aluguel do salão	16	2.500,00	40.000,00
Comissão terceirizados*	30	400,00	12.000,00
TOTAL			R\$52.000,00

* As empresas terceirizadas que serão parceiras do Buffet oferecem comissão quando são indicadas e fecham contrato com os donos de festas. Estima-se que serão contratadas no mínimo 30 empresas terceirizadas por mês.

3.5.3 – Custos de Mão de obra

Função	Número de funcionários	Salário Mensal	Encargos sociais*	Total
Vendedor	1	R\$1.700,00	R\$574,26	R\$2.274,26
Atendimento ao Público	2	R\$1.300,00	R\$439,14	R\$1.739,14
Help Desk	2	R\$900,00	R\$304,02	R\$1.204,02
TOTAL				R\$5.217,42

*Por se enquadrar em uma empresa simples, a porcentagem de encargos sociais por funcionário é de 33,78%.

3.5.4 – Custos Fixos

Custos Fixos Mensais	R\$
Aluguel	5270,00

IPTU	1400,00
Água	120,00
Energia Elétrica	450,00
Telefone	650,00
Honorários do contador	350,00
Pró-labore	2000,00
Manutenção dos equipamentos	200,00
Salários + encargos	5217,42
Material de limpeza	300,00
Material de escritório	250,00
Serviços de terceiros	300,00
Combustível	240,00
TOTAL	R\$16.907,42

3.5.5 – Custos Variáveis

Custos Variáveis Mensais	R\$
Mão de obra (limpeza, pessoal de copa, etc)	R\$2.720,00 (R\$170 X 16 vezes ao mês)
TOTAL	R\$2.720,00

3.5.6 – Demonstrativo de resultados

Descrição Mensal	R\$
Receita total com vendas	R\$52.000,00
(-) Custos variáveis total	R\$2.720,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$2.928,24*
(-) Gastos com vendas	R\$3.250,00
(-) Custos fixos total	R\$16.907,42
Resultado Operacional ao mês	R\$26.194,34

*Conforme calculado os tributos do simples nacional, a empresa se enquadra na prestação de serviços da locação de bens móveis e tem a somatória de 7,47% ao mês. Esses tributos dizem respeito aos seguintes impostos: IRPJ, CSLL, COFINS, PIS, INSS, ICMS e ISS.

Investimento Total = Investimentos Pré-operacionais + Custos Fixos Mensal
Investimento total = R\$93.727,42

Para que seja viável o início das operações da empresa, cada sócio vai colaborar com metade do investimento inicial para o Buffet, ou seja, cada sócio vai investir R\$46.863,71 para o início das atividades do Dreams Buffet. Os sócios já estão preparados para esse investimento e possuem capital financeiro próprio para isso. Por esse motivo, a empresa vai ter o início das operações o mais rápido possível e não será preciso nenhum tipo de financiamento para a abertura do empreendimento. Os sócios estão cientes de que vão levar um tempo para ter o dinheiro investido de volta.

3.5.7 – Ponto de Equilíbrio

$PE = \text{Custo Fixo Total} / \text{Índice da margem de contribuição}$

$IMC = \text{Margem de contribuição (Receita total - Custo Variável Total)} / \text{Receita total}$

Receita total = R\$52.000,00 X 12 meses = R\$624.000,00

Custo Variável Total = R\$2.720,00 X 12 meses = R\$32.640,00

Custo Fixo Total = 16.907,42 X 12 meses = R\$202.889,04

$IMC = 0,94$

$PE = R\$202.889,04 / 0,94 = R\$215.834,08$

PE = R\$215.834,08 ao ano

3.5.8 – Lucratividade

Lucratividade = Lucro Líquido / Receita Total X 100

Lucro Líquido = R\$26.194,34 X 12 meses

Receita Total = R\$52.000,00 X 12 meses

Lucratividade = R\$314.332,08 / R\$624.000,00 X 100

Lucratividade = 50,37%

Isso indica uma lucratividade de 50,37% ao ano para a empresa

3.5.9 – Rentabilidade

Rentabilidade = Lucro Líquido / Investimento Total X 100

Lucro Líquido = R\$26.194,34

Investimento Total = R\$93.727,42

Rentabilidade = R\$26.194,34 / R\$93.727,42 X 100

Rentabilidade = 27,94%

Isso significa que a cada ano o empresário recupera 27,94% do valor investido.

3.5.10 – Retorno do investimento

Prazo de retorno do investimento = Investimento Total / Lucro Líquido

Investimento total = R\$93.727,42

Lucro Líquido = R\$26.194,34

Prazo de retorno do investimento = 3 anos e meio

Para recuperar todos os gastos a empresa levará 3 anos e meio.

3.6 – Avaliação estratégica

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS <ul style="list-style-type: none"> -Atendimento personalizado ao cliente; -Preço de venda competitivo; -Equipe treinada e motivada; -Localização estratégica da empresa; -Diferenciais em relação aos concorrentes; -Flexibilidade para a escolha do cliente; 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Poucos concorrentes apresentam as mesmas características do empreendimento; - Aumento crescente da demanda nesse ramo de atividade; - Falta de oferta para os clientes gerando um tempo de espera muito grande; - Existência de capital financeiro próprio para investimento;
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiência anterior no ramo de atividade; - Dependência das empresas terceirizadas para fidelizar os clientes; - Não possuir o serviço de alimentos e bebidas próprio, os parceiros são os responsáveis pelo sucesso do empreendimento; 	AMEAÇAS <ul style="list-style-type: none"> - Aumento no número de concorrentes constantemente devido a grande demanda; - Tradicionalismo de algumas pessoas que realizam as festas; - Existência de clubes que oferecem esse serviço e também contribuem para o status;

CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO

O plano de negócios é sem dúvidas o primeiro passo para se abrir qualquer empreendimento, afinal é ele que mostra minuciosamente o empreendimento e prevê aquilo que acontecerá com o empreendimento. Após ter realizado passo a passo o plano de negócios do Dreams Buffet, pode-se perceber que algumas melhoras são necessárias principalmente no que se diz respeito aos aspectos financeiros, que devem ser aprofundado e repensado para não haver erros. Além disso, os pontos fortes e oportunidades devem ser explorados assim como os pontos fracos e ameaças minimizados.

Nesse caso específico do Dreams Buffet os investimentos pré-operacionais foram altos, e por esse motivo o tempo para recuperar o valor investido é longo, sendo esse um ponto negativo que deve ser repensado pelos empreendedores. Outro fator a se considerar é o fato da estrutura montada só ter a sua rentabilidade voltada para o aluguel do salão e para as comissões recebidas pelos parceiros. Caso a empresa conseguir depois de um tempo ter os seus serviços de alimentos e bebidas próprios a lucratividade pode ser muito maior, mesmo que isso vá fazer com que os clientes não tenham muita flexibilidade na escolha.

O Dreams Buffet é considerado um investimento viável para os sócios devido aos valores descritos no plano financeiro que demonstram o empreendimento como rentável e também pelo fato de eles possuírem o capital inicial para o empreendimento, sem necessitar de nenhum financiamento. Mesmo que alguns valores do plano financeiro tenham sido desfavoráveis, no geral o empreendimento vai ter uma boa lucratividade e vai satisfazer o desejo dos sócios. É algo que vai unir a vontade com a boa realidade para o empreendimento.

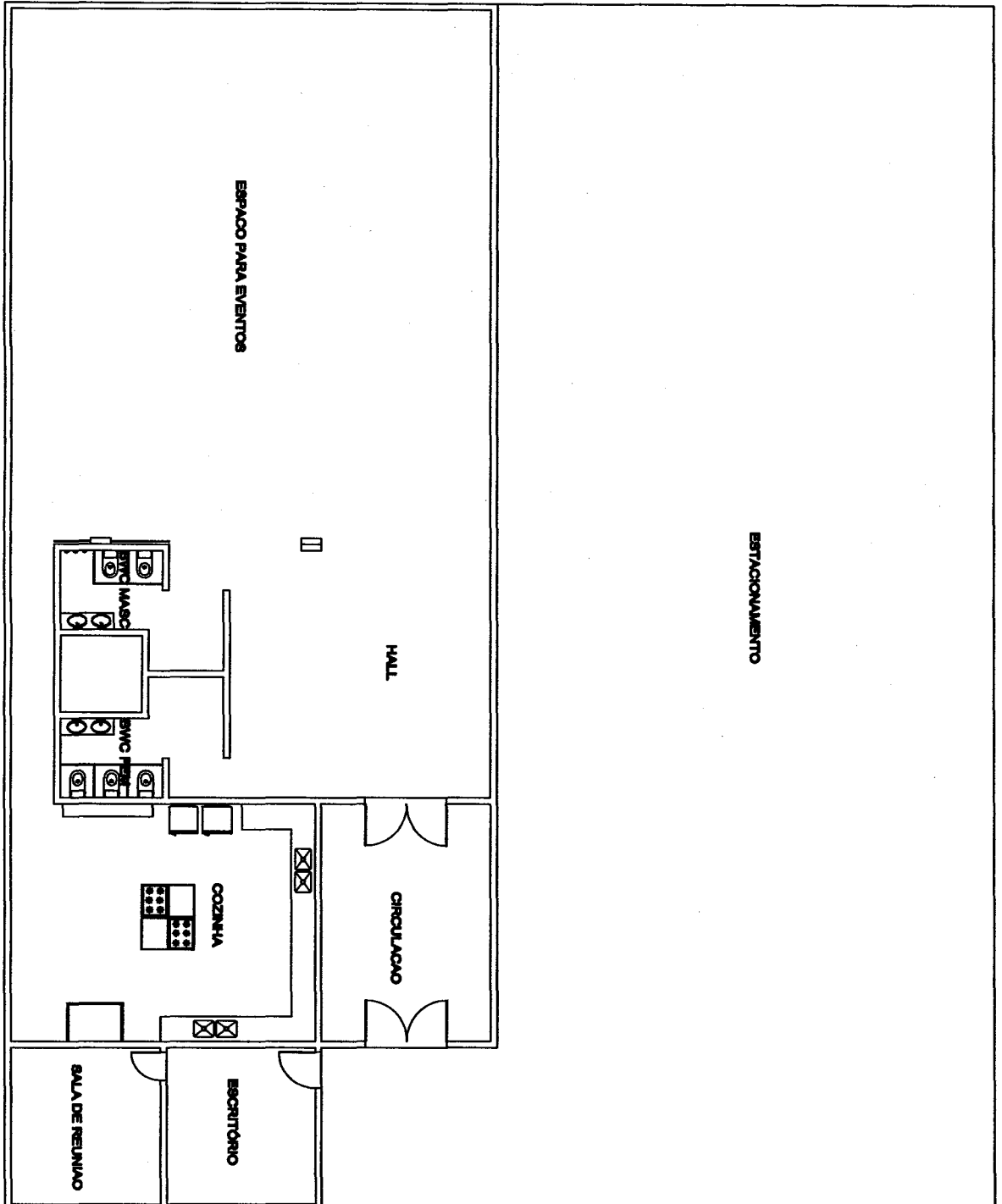
Para que tudo aquilo que foi visto no plano de negócios ocorra de fato na realidade é fundamental seguir a risca o que foi descrito, apenas alguns detalhes considerados negativos podem ser mudados para conseguir um resultado ainda melhor. Porém, a base deve permanecer a mesma descrita no plano.

A tendência da família curitibana foi comprovada no plano de negócios, um Buffet de festas que atenda as necessidades do público destinado sem

dúvidas vai ser sucesso. Foi considerado que o Buffet vai estar locado 16 vezes ao mês, esse é um número favorável para a rentabilidade do Buffet. Essa quantidade de vezes de locação foi analisada de acordo com a realidade atual da concorrência, que loca até mais vezes do que foi considerado. Sendo assim, esse número pode aos poucos ser aumentado gerando um lucro ainda maior. Tudo vai ser questão de tempo, até que a marca seja bem estabelecida e conhecida na cidade e os clientes sejam fidelizados.

Assim como qualquer outro empreendimento, um Buffet de festas precisa de muito empenho por parte dos sócios que terão que estar sempre cuidando do seu próprio negócio não deixando com que nada aconteça fora do esperado. Esse plano de negócios será apenas o primeiro passo de um longo trabalho até que se atinja a perfeição.

ESTACIONAMENTO



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MCLAUGHLIN, H. Como montar seu próprio negócio: guia passo a passo do empreendedor. Rio de Janeiro: Infobook, 1995.

HIRSCHFED, H. Viabilidade técnico-econômica de empreendimentos: roteiro completo de um projeto. São Paulo: Atlas, 1987.

CHIAVENETO, I. Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, F. Estratégia de Empresa. São Paulo: Makron Books, 1993.

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
Simulador do Simples Nacional. Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/default.asp?Secao=ABRIR&Subsecao=SNACIONAL>> Acesso em 04 de Junho.

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
Como elaborar um plano de negócios. Disponível em:
http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/planeje-sua-empresa/plano-de-negocio/144-0-como-elaborar-um-plano-de-negocio/BIA_1440/integra_bia> Acesso em 13 de Maio.